

# Maatilayrittäjän kansainvälistymisen motiivina on tiedonsaanti

**Maunumäki Arja**

22.1.2018 ::

**Yhä useampi yrittäjä haluaa ja tarvitsee kansainvälisiä yhteyksiä ja verkostoja. Yrittäminen ja yrityksen kehittäminen vaativat jatkuvaa alan seuraamista ja uusimman tiedon hankintaa. Suomesta ja suomeksi saatava tieto eivät enää riitä. Erityisesti maatilayritysten kansainvälistymisen motivaationa ovat enemmän tiedon, osaamisen ja kokemusten vaihtaminen ja yrityksen kehittäminen niiden avulla kuin ulkomaankauppa. Yrittäjä haluaa lisätä omaa henkilökohtaista osaamistaan ja kehittää ja tehostaa yrityksensä toimintaa uuden tiedon avulla.**

## Yrityksen kansainvälistyminen

Perinteisesti yrityksen kansainvälistymisellä tarkoitetaan prosessia, jossa yrityksen kansainvälisen liiketoiminnan osuus koko liiketoiminnasta kasvaa. Pk-yritysbarometrin 2017 mukaan jo 23 prosentilla pk-yrityksistä on kansainvälistä liiketoimintaa. Tämä tarkoittaa sitä, että Suomessa on noin 65 000 pientä ja keski suurta yritystä, jotka vievät tavaroita tai palveluja tai muutoin harjoittavat liiketoimintaa ulkomailla. Erityisesti voimakkaasti kasvuhaluiset yritykset erottuvat joukosta, sillä niistä yli 50 prosenttia hakee kasvua kansainvälisiltä markkinoilta. <sup>[1]</sup> Kansainvälistyminen voi tuoda käytännössä ulkomaalaisia työntekijöitä yritykseen, työkielen muutoksen tai uusia ulkomaisia kumppaneita <sup>[2]</sup>.

Kansainvälistyminen ei kuitenkaan tarkoita pelkästään ulkomaankauppaan liittyviä asioita, vaan sillä tarkoitetaan myös muuta yhteistyötä ulkomaisten yritysten kanssa, ulkomaisten asiantuntijoiden hyödyntämistä, tiedon hakua ulkomailla tai kansainvälisiin verkostoihin osallistumista.

Kansainvälistyminen voidaan ymmärtää myös yrityksen työntekijöiden kansainvälistymisvalmiuksien kehittämisen näkökulmasta <sup>[3]</sup> ja se voidaan määritellä muutos- ja oppimisprosessiksi, jossa yritys kehittää itselleen valmiuksia toimia erilaisissa toimintaympäristöissä <sup>[2] [4]</sup>.

## Kansainvälistymisen motiivit ja esteet

Yrityksen kansainvälistymisen syinä nähdään perinteisesti taloudellisesta näkökulmasta liiketoiminnan kehittäminen ja taloudellisen tuloksen tavoittelu. Syyt voidaan jakaa kannustaviin tai pakottaviin syihin. Kannustavia syitä ovat esimerkiksi suuremman voiton tavoittelu tai ainutlaatuinen tuote, pakottavia puolestaan esimerkiksi kysynnän hiipuminen kotimaassa tai kova kilpailu. <sup>[4]</sup>

Muita syitä kansainvälistymiselle erityisesti silloin, kun kansainvälistyminen tapahtuu ns. verkostomallin mukaan, ovat osaamisen kehittäminen, tiedonhankinta ja muu yhteistyö <sup>[5]</sup>.

Yrityksen kansainvälistymisen esteitä voivat olla yrityksen sisäiset esteet kuten kansainvälisen liiketoiminnan osaamisen ja kokemuksen puute, ajan puute, kielitaidon heikkous ja yhteistyökumppaneiden löytäminen sekä taloudellisten resurssien puute. Myös ulkoiset esteet kuten kova kilpailu ja tuen puute voivat olla kansainvälistymisen esteitä. <sup>[6]</sup>

Pohjois-Karjalassa on kartoitettu yritysten kansainvälistymisen edellytyksiä. Siellä selvitettiin vuosina 2001–2002 yritysten nykyisiä ja tulevaisuuden kielitaitotarpeita. Kielitaidon puutteet kohdistuivat erityisesti suullisiin kielenkäyttötilanteisiin. Tyypillisiä työelämän suullisia kielenkäyttötilanteita olivat sosiaaliset tilanteet, puhelinkeskustelut, asiakaspalvelu, yritysvierailut, messut ja erilaiset suulliset esitykset. <sup>[7]</sup> Nämä ovat juuri niitä tilanteita, joita kansainvälistymistä aloittava yrittäjä kohtaa.

## Pohjois-Suomen maatilayrittäjien kansainvälistyminen

Oulun ammattikorkeakoulussa (Oamk) on vuoden 2017 aikana suunniteltu hanketta, jonka tavoitteena on lisätä maaseutuyrittäjien kansainvälistymisvalmiuksia. Osana tätä hankesuunnittelua tehtiin keväällä kysely Pohjois-Suomen maatilayrittäjille heidän kiinnostuksestaan kansainvälistymistä kohtaan. Heiltä kysyttiin muun muassa, kuinka pitkällä heidän yrityksensä on kansainvälistymisessä ja millaista kansainvälistä toimintaa heillä on, kuinka tärkeänä he sen näkevät sekä mitkä ovat heidän motiivinsa kansainvälistää yritystään edelleen ja mitä esteitä sille on.

Kysely toteutettiin sähköisellä Webropol-ohjelmalla. Linkki jaettiin MTK Pohjois-Suomen jäsenille sähköpostilla ja se oli myös Oamkin Akraamon, luonnonvara-alan oppimis- ja palvelukeskuksen, Facebook-sivulla. Kyselyn perusjoukkoa ei voida määritellä. Vastauksia tuli 43 kappaletta.

Kansainvälistymisen merkitystä yrityksen toiminnalle piti hyvin tärkeänä tai melko tärkeänä hieman alle puolet vastaajista. Vastaajista kolme kertoi yritykseksensä olevan jo pitkällä kansainvälistymisessä. 20 yrityksen suunnitelmiin ei kuulu kansainvälistyminen.

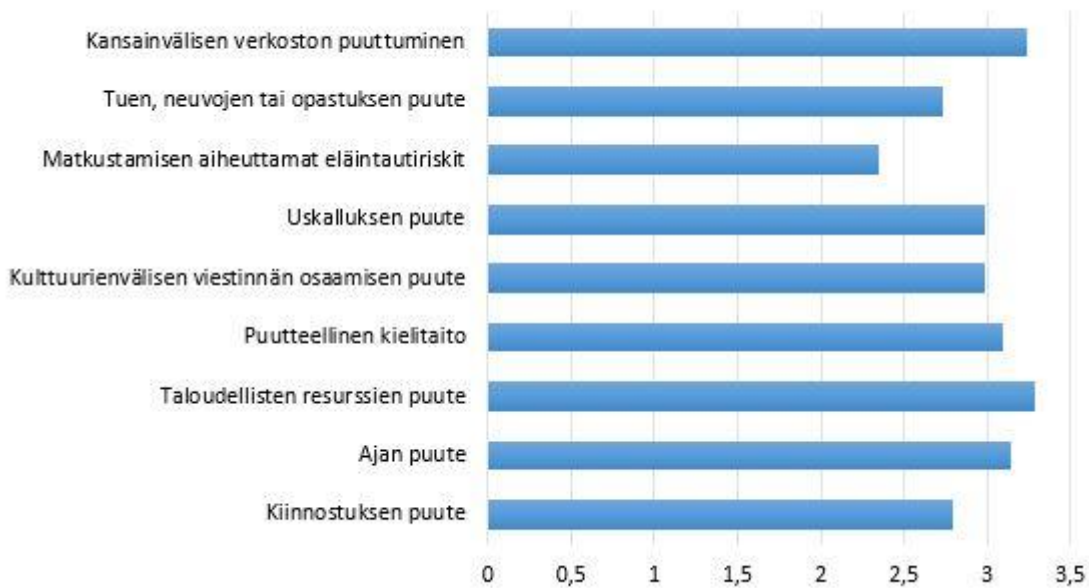
Tärkein motiivi kansainvälistymiselle oli tiedon saanti. Esiin nousivat halu oppia uusia käytäntöjä yrityksen toimintaan, tarve ottaa mallia yrityksen kehittämiseen sekä halu verrata omaa toimintaa muihin. Muita tärkeitä syitä olivat tarve saada käyttöön uusia tutkimustuloksia ja halu keskustella ulkomaisten yrittäjien kanssa. (Kuvio 1.)



KUVIO 1. Maatalousyrittäjien motiivit kansainvälistymiselle

Tärkeimmät esteet maatilayrityksen kansainvälistymiselle olivat vastaajien mukaan taloudellisten resurssien puute, kansainvälisen verkoston puuttuminen, puutteellinen kielitaito sekä muun kulttuurienvälisen viestinnän osaamisen puute ja ajan puute (kuvio 2).

### Kansainvälistymisen esteet



KUVIO 2. Kansainvälistymisen esteet

Monenlaisista esteistä huolimatta 25 vastaajaa 43:sta ilmoitti olevansa kiinnostunut parantamaan kansainvälistymisen valmiuksiaan. Vastaajille mielekkäimpiä tapoja vahvistaa valmiuksiaan olivat henkilövaihdot ulkomaisiin yrityksiin, opintomatkat ja tutustumisvierailut. Myös kieltenopiskelu ja erityisesti ammattisanaston opiskelu sekä hakeutuminen tilanteisiin, joissa kielitaitoa pääsee harjoittamaan, nousivat esiin.

Kyselyn tulosten perusteella Oamk yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa jatkaa maatilayrittäjien kansainvälistymisvalmiuksia lisäävän hankkeen suunnittelua ja hakee sille rahoitusta.

### Lähteet

1. <sup>△</sup>Suomen Yrittäjät. 2017 Pk-yritysbarometri 1/2017. Hakupäivä 11.10.2017. <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/pk-yritysbarometrit-539687>
2. <sup>^ ab</sup>Ahokangas, P. & Pihkala, T. 2002. Kansainvälistyvä yritys. Helsinki: Edita Publishing.
3. <sup>△</sup>Johansson, L. & Vahvaselkä, I. 2010. Uusia kansainvälistymismalleja etsimässä. Tapauksittainen tutkimus kansainvälistymisstrategioista ja -poluista. Laurea-ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 36. Vantaa. Hakupäivä 11.10.2017. <https://www.laurea.fi/dokumentit/Documents/B36.pdf>
4. <sup>^ ab</sup>Äijö, T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon. Suomalaisyritys kansainvälistyy. Juva: WS Bookwell.
5. <sup>△</sup>Johansson, L. 2009. Uusia kansainvälistymismalleja etsimässä. PK-yritysten kansainvälistymisstrategiat ja kansainvälistymispolut. Laurea-ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö. Hakupäivä 11.10.2017. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/1874...>
6. <sup>△</sup>Suonperä, M. 2003. Kansainvälistymisen esteet pienissä ja keskisuurissa yrityksissä. Tampereen yliopisto, opinnäytetyö. Hakupäivä 11.10.2017. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/91400/gradu00286.pdf?sequence=1>
7. <sup>△</sup>Airola, A. 2004. Yritysten kielitaitotarpeet Pohjois-Karjalassa. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja C: Tiedotteita 17. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Joensuu.

### Näin viittaat tähän julkaisuun

Maunumäki, A. 2018. Maatilayrittäjän kansainvälistymisen motiivina on tiedonsaanti. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 2. Hakupäivä xx.xx.20xx. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe201801091173>.

## Metatiedot

**Nimeke:** Maatilayrittäjän kansainvälistymisen motiivina on tiedonsaanti

**Tekijä:** Maunumäki Arja

**Aihe, asiasanat:** kansainvälistyminen, maaseutuyritykset, maatalousyritykset

**Tiivistelmä:** Maatilayrittäjille keväällä 2017 tehdyn kyselyn mukaan heidän tärkeimpiä motiivejaan kansainvälistää yritystoimintaansa ja kansainvälistyä on halu oppia uusia käytänteitä, ottaa mallia ulkomaisista yrityksistä ja halu verrata omaa toimintaa muihin. Suurimpia esteitä kansainvälistymiselle ovat kansainvälisen verkoston puuttuminen sekä taloudellisten resurssien ja ajan puute. Oamkissa suunnitellaan hanketta, joka tukee maaseutuyrittäjiä kansainvälistymisessä lisäämällä yrittäjien henkilökohtaisia valmiuksia ja auttamalla verkostojen rakentamisessa.

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu, Oamk

**Aikamääre:** Julkaistu 2018-01-22

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe201801091173>

**Kieli:** suomi

**Suhde:** <http://urn.fi/URN:ISSN:1798-2022>, ePooki - Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut

**Oikeudet:** Julkaisu on tekijänoikeussäännösten alainen. Teosta voi lukea ja tulostaa henkilökohtaista käyttöä varten. Käyttö kaupallisiin tarkoituksiin on kielletty.